

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Tulungagung. Adapun pembahasan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan disajikan sebagai berikut :

A. Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil statistik uji t untuk variabel pelayanan diperoleh tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,293, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen”.

Dalam teori yang diangkat dalam penelitian ini, Pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Menurut Polyorat telah mengidentifikasi kualitas layanan sebagai penentu loyalitas konsumen. Menunjukan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan para konsumen akan menjadi setia pada perusahaan. Jika konsumen merasakan hal tersebut dapat dipahami karena layanan yang diberikan perusahaan baik, maka konsumen akan kembali menggunakan

produk atau jasa tersebut¹.

Selain itu dalam penelitian terdahulu yang diangkat sebagai acuan dalam penelitian ini, yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Dari teori dan penelitian terdahulu, dinyatakan mendukung hasil penelitian ini. Bahwa pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas. Bahkan dalam teori yang diangkat tersebut, menunjukkan bahwa kualitas layanan sebagai penentu loyalitas konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

¹ Resita Widya, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan ,Jurnal Administrasi Bisnis(JAB) Vol.1 No.1 Januari 2015 Administrasi Bisnis. Student Journal.Ub.Ac.Id 3

B. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil statistik uji t untuk variabel pelayanan diperoleh tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,244, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”.

Dalam teori yang diangkat dalam penelitian ini, menurut Tjiptono mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan”².

Selain itu dalam penelitian terdahulu yang diangkat sebagai acuan dalam penelitian ini, yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari teori dan penelitian terdahulu, dinyatakan mendukung hasil penelitian ini. Bahwa pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan. Bahkan dalam teori yang diangkat tersebut, menunjukkan bahwa pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam

² *ibid*

membentuk kepuasan konsumen, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen³. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

C. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil statistik uji t untuk variabel kepuasan diperoleh tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,544, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen”.

Dalam teori yang diangkat dalam penelitian ini, loyalitas dan kepuasan, Menurut Tjiptono “Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, meningkatnya reputasi perusahaan, meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan, memberi dasar bagi pembelian ulang, dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.”

³ *ibid*

Selain itu dalam penelitian terdahulu yang diangkat sebagai acuan dalam penelitian ini, yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari teori dan penelitian terdahulu, dinyatakan mendukung hasil penelitian ini. Bahwa loyalitas memberikan pengaruh terhadap kepuasan. Bahkan dalam teori yang diangkat tersebut, menunjukkan bahwa terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya menciptakan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan loyalitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hubungan antara kepuasan dan loyalitas adalah saat dimana konsumen mencapai tingkat kepuasan tertinggi yang menimbulkan ikatan emosi yang kuat dan komitmen jangka panjang dengan merek perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

D. Pengaruh Pelayanan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan uji sobel bahwa nilai thitung 3,488654173. Nilai $\alpha = 5\%$ dari 220 responden dan diperoleh ttabel 1,970906 karena thitung 3,488654173 > dari ttabel 1,970906 maka kepuasan dapat memediasi hubungan

antara pelayanan terhadap loyalitas konsumen. Sehingga penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas yang melalui kepuasan konsumen”.

Pelayanan yang baik berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, hal tersebut memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang atau loyal. Pelanggan yang loyal adalah mereka yang membeli ulang merek yang sama, hanya mempertimbangkan merek yang sama dan sama sekali tidak mencari informasi-informasi tentang merek yang lain. Namun, sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan dan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono pelanggan yang merasa puas merupakan suatu modal bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. Terciptanya kepuasan pelanggan mempunyai manfaat seperti memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang oleh pelanggan, terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu memonitor pelayanan oleh para pesaing, agar perusahaan tersebut lebih memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan⁴.

⁴ Aris Irnandha, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan jasa pengiriman jalur darat (Yogyakarta :Skripsi Tidak Diterbitkan, 2016), hal.77

Selain itu dalam penelitian terdahulu yang diangkat sebagai acuan dalam penelitian ini, yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.

Dari teori dan penelitian terdahulu, dinyatakan mendukung hasil penelitian ini. Bahwa pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan. Bahkan dalam teori yang diangkat tersebut, menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan menciptakan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, hal tersebut memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang atau loyal. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafira Ulfa(2018) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Petisah. Yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.